

**Тема 15. Упаковка и упаковочные решения
в контексте маркетинговых коммуникаций**

Загорский Андрей Леонидович

Санкт-Петербург

2006

Продвижение товара

Продвижение товара представляет собой комплекс действий по информированию потребителей (приобретателей), по их убеждению и влиянию на них при принятии ими решения о приобретении товара.

Маркетинговые коммуникации

Маркетинговые коммуникации являются содержательным наполнением стратегии продвижения товара. Маркетинговые коммуникации представляют собой сообщения, обслуживающие взаимодействие между покупателем и продавцом через разнообразные средства масс-медиа (средств массовой информации). Современное представление о маркетинговых коммуникациях реализуется в концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, позволяющим стимулировать все стимулирующие виды деятельности.

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Интегрированные маркетинговые коммуникации представляют собой комплекс действий по координации всех стимулирующих видов деятельности с целью получения унифицированного стимулирующего сообщения, целенаправленно воздействующего на потребителя

Стимулирующие виды деятельности в контексте интегрированных маркетинговых коммуникаций

Стимулирующие виды деятельности:

1. Реклама в масс-медиа;
2. Прямые почтовые рассылки;
3. Личные продажи;
4. Стимулирование продаж;
5. Паблик рилейшнз.

Упаковка в контексте маркетинговых коммуникаций

Интегрированные маркетинговые коммуникации используют коммуникационный потенциал упаковки в качестве стимулирующего действия посредством использования упаковочных средств в качестве средств масс-медиа (средств массовой информации)

Упаковочные решения в контексте стратегий продвижения товара

Упаковочные решения являются неотъемлемой составной частью разработки стратегии продвижения любого упакованного товара. Успех в выборе оптимального упаковочного решения позволяет повысить эффективность продвижения упакованного товара.